Комитет образования и науки Курской области

Областное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Курский электромеханический техникум»

Подписано цифровой подписью: Соколов Юрий Александрович
DN: 1.2.643.3.131.1.1=120C343630353030333037323038, 1.2.643.100.3=120B313531383734343035373 1, email=kemt@bk.ru, c=RU, st=Курская область, l=Курск, o=ОБЛАСТНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ "КУРСКИЙ ЭЛЕКТРОМЕХАНИЧЕСКИЙ ТЕХНИКУМ", givenName=Юрий Александрович, sn=Соколов, 1.2.840.113549.1.9.2=1.2.643.3.61.1.1.6.502710.3.4.2.1, cn=Соколов Юрий Александрович

УТВЕРЖДАЮ:
Директор техникума
_____ Ю.А. Соколов
«31» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.10 МАРКЕТИНГ

для специальности
09.02.01 Компьютерные системы и комплексы

форма обучения очная

2020

Рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 09.02.01 Компьютерные системы и комплексы, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «28» июля 2014 г. № 849.

Разработчик: преподаватель высшей квалификационной категории _____ Л.Н. Холодова

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании П(Ц)К преподавателей профессионального цикла по направлению подготовки 38.00.00 Экономика и управление протокол № 1 от «31» августа 2020 г.

Председатель П(Ц)К _____ В.А. Афанасьева

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании методического совета протокол № 1 от « 31 » августа 2020 г.

Председатель методического совета техникума _____ П.А. Стифеева

Согласовано:

Заместитель директора _____ А.В. Ляхов

Заведующий отделением _____ И.В. Моршнева

Старший методист _____ О.В. Михайлова

Согласовано:

Директор ООО ПП «Микрокод» _____ Е.А. Калачикова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и рекомендована к применению в образовательной деятельности на основании учебного(ных) плана(ов) 09.02.01 Компьютерные системы и комплексы

одобренного педагогическим советом техникума протокол № 4 от «17» 07 2021 г., на заседании П(Ц)К от «31» 08 2021 г.

Председатель П(Ц)К _____ Афанасьева В.А.
(подпись, Ф.И.О.)

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и рекомендована к применению в образовательной деятельности на основании учебного(ных) плана(ов)

_____

одобренного педагогическим советом техникума протокол №____ от «_____»_____20____г., на заседании П(Ц)К от «_____»_____20____г.

Председатель П(Ц)К _____
(подпись, Ф.И.О.)

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и рекомендована к применению в образовательной деятельности на основании учебного(ных) плана(ов)

_____

одобренного педагогическим советом техникума протокол №____ от «_____»_____20____г., на заседании П(Ц)К от «_____»_____20____г.

Председатель П(Ц)К _____
(подпись, Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины 4
2. Структура и содержание учебной дисциплины 6
3. Условия реализации рабочей программы учебной дисциплины 11
4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины 12
5. Лист дополнений и изменений, внесенных в рабочую программу 13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10 Маркетинг

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.10 Маркетинг является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 09.02.01 Компьютерные системы и комплексы (базовая подготовка, очная форма обучения), входящей в состав укрупненной группы специальностей 09.00.00 Информатика и вычислительная техника, разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 09.02.01 Компьютерные системы и комплексы, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 28 июля 2014 г. № 849.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: учебная дисциплина входит в профессиональный учебный цикл.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

– применять средства и методы маркетинга, оценивать качество продукции, анализировать и оценивать товарную политику в отрасли;

– осуществлять поиск, сбор, обработку и анализ маркетинговой информации в отрасли.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать:**

– концепции рыночной экономики, составные элементы маркетинговой деятельности и их характеристику;

– основные этапы и конечные результаты маркетинговых исследований.

В результате освоения учебной дисциплины у студентов будут формироваться следующие компетенции:

ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5.	Использовать информационно – коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, обеспечивать её сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчинённых, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.
ПК 4.1	Выяснить потребности клиента и его требования к компьютерной системе или комплексу

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

максимальная учебная нагрузка обучающегося – 64 часа, в том числе:
обязательная аудиторная учебная нагрузка – 44 часа;
самостоятельная работа – 20 часов;
в форме практической подготовки – 38 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.10 Маркетинг
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**64**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**44**
в том числе:	
практические занятия	22
практическая подготовка	38
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	20
в том числе:	
Проработка теоретического материала в соответствии с дидактическими единицами темы, подготовка ответов по опросу.	10
Подготовка к практической работе с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление отчета по практической работе, подготовка к ее защите.	10
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	2

2.2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10 Маркетинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	В том числе практическая подготовка	Осваиваемые элементы компетенций
1	2		3		4
Раздел 1. Теоретические основы маркетинга					
Тема 1.1. Управление маркетингом, его цели и задачи	**Содержание учебного занятия**		**2**	2	ОК2,ОК4, ПК4.1
	1	Предмет дисциплины, его цели и задачи.			
	2	Основные виды, принципы маркетинга			
	3	Сферы применения маркетинга.			
	4	Функции маркетинга			
	Самостоятельная работа обучающихся		**2**		
	Проработка конспектов занятий, подготовка к опросу				
Тема 1.2. Рынок как условие и экономическая основа маркетинга	**Содержание учебного занятия**		**2**	2	ОК4,ОК8, ПК4.1
	1	Понятие, классификация, конъюнктура рынка			
	2	Рыночные показатели			
	3	Целевой дифференцированный и недифференцированный маркетинг			
	4	Позиционирование товара			
	Практическое занятие		**4**		
	1. Проведение анализа рынка		2	2	ОК2,ОК4, ПК4.1
	2. Определение спроса и предложения товаров, представленных на рынке		2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся		**2**		
	Проработка учебной литературы, ресурсов «Интернет»				
Тема 1.3. Маркетинговая среда	**Содержание учебного занятия**		**2**	2	ОК4,ОК8, ПК4.1
	1	Предприятие как субъект рынка			

предприятия	2	Окружающая среда маркетинга			
Тема 1.4. Товар в системе маркетинга	3	Микросреда маркетинга			
	4	Макросреда предприятия			
	5	Понятие, классификация товаров в маркетинге			
	6	Товарный знак и его сущность			
	7	Жизненный цикл товара			
	Практическое занятие		**4**		
	1. Анализ маркетинговой среды предприятия		2	2	ОК4,ОК8, ПК4.1
	2. Анализ жизненного цикла товара		2	2	ОК2,ОК4, ПК4.1
	Самостоятельная работа обучающихся		**2**		
	Проработка учебной литературы, подготовка отчета практической работы				
Раздел 2. Практический маркетинг					
Тема 2.1. Содержание и функции практического маркетинга	**Содержание учебного занятия**		**2**	2	ОК4,ОК8, ОК9
	1	Практический маркетинг как вид управленческой деятельности.			
	2	Маркетинговая деятельность предприятия.			
	3	Задачи и построение маркетинговой службы на предприятии.			
	Самостоятельная работа обучающихся		**2**		
	Проработка учебной литературы, ресурсов «Интернет» по следующим темам: Практический маркетинг				
Тема 2.2. Маркетинговая политика предприятия	**Содержание учебного занятия**		**2**		
	1	Товарная политика и ее место в маркетинговой деятельности предприятия.	2	2	ОК3,ОК4,ОК5
	Самостоятельная работа обучающихся		**2**		
	Подготовка к опросу на тему: Товарная политика в маркетинговой деятельности предприятия.				
1	2		3		4
Тема 2.3. Ценообразование и ценовая политика	**Содержание учебного занятия**		**2**		ОК3,ОК4,ОК5
	1	Цена, ценообразование и ценовая политика.			
	2	Факторы ценообразования.			

предприятия	3	Процесс ценообразования.			
	Практическое занятие		**4**		
	1. Анализ ценового маркетинга		2	2	ОК2,ОК4, ПК4.1
	2. Разработка ценовой политики предприятия		2	2	ОК3,ОК4,ОК5
	Самостоятельная работа обучающихся		**2**		
	Оформление отчета практической работы, подготовка к опросу.				
Тема 2.4. Сбытовая политика предприятия	**Содержание учебного занятия**		**2**	2	ОК3,ОК4,ОК6
	1	Основные методы и системы сбыта продукции.			
	2	Планирование, цели, задачи и основные направления сбытовой политики.			
	3	Средства сбыта.			
	4	Элементы системы товародвижения: оптовая и розничная торговля.			
	Практическое занятие		**4**		
	1. Анализ сбытовой политики предприятия		2	2	ОК2, ОК4, ОК6
	2. Анализ элементов системы товародвижения		2	2	ОК2,ОК4, ПК4.1
	Самостоятельная работа обучающихся		**2**		
	Проработка учебной литературы, по следующим темам: Сбытовая политика				
Тема 2.5. Коммуникационная политика предприятия	**Содержание учебного занятия**		**2**	2	ОК3,ОК4,ОК5
	1	Маркетинговые коммуникации предприятия.			
	2	Сущность, цели, элементы продвижения товаров.			
	3	Коммуникационный комплекс маркетинга.			
	4	Имидж компании.			
	Практическое занятие		**2**		
	1. Формирование имиджа организации		2	2	ОК2,ОК4, ПК4.1
	Самостоятельная работа обучающихся		**2**		
	Подготовка к опросу и оформление отчета практической работы				
Раздел 3. Организация и управление маркетинговой деятельностью предприятия					
Тема 3.1. Планирование в системе маркетинга	**Содержание учебного занятия**		**2**		ОК2,ОК4,ОК5
	1	Сущность, принципы, назначение, этапы планирования в маркетинге.			
	2	Маркетинговая информация.			

	Практическое занятие	**2**		
	1. Планирование товара	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	**2**		
	Оформление отчета практической работы. Проработать этапы планирования в маркетинге.			
Тема 3.2. Маркетинговые исследования	**Содержание учебного занятия**	**2**	2	ОК2,ОК4,ОК5
	1 Маркетинговые исследования: понятие, цели, задачи объекты, основные направления.			
	2 Потребитель, покупательское поведение различных типов потребителей.			
	Практическое занятие	**2**		
	1. Проведение маркетинговых исследований.	2	2	ОК2,ОК4,ОК6
	Самостоятельная работа обучающихся	**2**		
	Подготовка дифференцированному зачету			
	Дифференцированный зачет	**2**		
	Всего:	**64**	**38**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10 Маркетинг

3.1. Материально-техническое обеспечение

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя.

Дидактические материалы:

- методические рекомендации по выполнению практических работ;
- заданий для контрольных работ;
- раздаточный материал.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники для студентов:

1. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/455587

Дополнительные источники:

1.Барышева А.Ф. Маркетинг: учебник. – М.: Издательский центр «Академия», 2017. – 206 с.

2. Мурахтанова Н.М., Еремина Е.И. Маркетинг: учебник. – М.: Издательский центр «Академия», 2016. – 234 с.

3. Лукина А.В. Маркетинг: учебное пособие – М.: ФОРУМ: ИНФАМ, 2014. – 224 с.

4. Дихтиль Е., Хершген Х. Практический маркетинг: учебное пособие – М.: Высшая школа, 2017. – 255 с.

5. Романов А.Н., Корлюгов Ю.Ю. Маркетинг: учебник. / Под ред. А. Н. Романова. – М.: ЮНИТИ, 2016. – 560 с.

6. Маркетинг: учебник. / Под ред. Э. Ю. Уткина. – М.: Издательство ЭКСМОС, 2016. – 320 с.

Интернет-ресурсы:

1. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] URL: http://www.marketing.spb.ru/

2. Котлер Ф.П. Основы маркетинга: онлайн учебник [Электронный ресурс] URL: http://www.bookz.com.ua/22/index.htm/

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10 Маркетинг

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
– Применять средства и методы маркетинга, оценивать качество продукции, анализировать и оценивать товарную политику в отрасли; – Осуществлять поиск, сбор, обработку и анализ маркетинговой информации в отрасли	Оценка выполнения и защиты практических работ
Знания:	Оценка результатов устных опросов Оценка результата дифференцированного зачета
– концепции рыночной экономики, составные элементы маркетинговой деятельности и их характеристику; – основные этапы и конечные результаты маркетинговых исследований.	

5. Лист дополнений и изменений, внесенных в рабочую программу учебной дисциплины ОП.10 Маркетинг

Ведущий преподаватель: Л.Н. Холодова

Дополнения и изменения в рабочей программе учебной дисциплины на2021/2022 учебный год

На основании приказа от 5 августа 2020 №885/390 «О практической подготовке обучающихся» в рабочую программу внесены следующие изменения:

1) в раздел 2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы внесены часы практической подготовки (38 часов – стр.6);

2) в раздел 2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.10 Маркетинг добавлено распределение часов практической подготовки (стр. 7-10).

Изменения утверждены на заседании П(Ц)К преподавателей профессионального цикла по направлению подготовки 38 00 00 Экономика и управление

Протокол №11 от 25 июня 2021 г.

Председатель П(Ц)К _____В.А. Афанасьева